

BAB 4

SIMPULAN

4.1 Perkembangan bisnis waralaba makanan lokal dan asing di Indonesia

Bisnis dengan konsep waralaba merupakan sebuah konsep bisnis yang sangat diminati oleh pebisnis baru terutama pebisnis muda. Dengan adanya konsep waralaba, banyak pebisnis muda yang terjun dalam dunia bisnis dikarenakan sudah tersedianya fasilitas *system* informasi penjualan, *standard operational procedure* (SOP), dan tersedianya pemasok bahan baku.

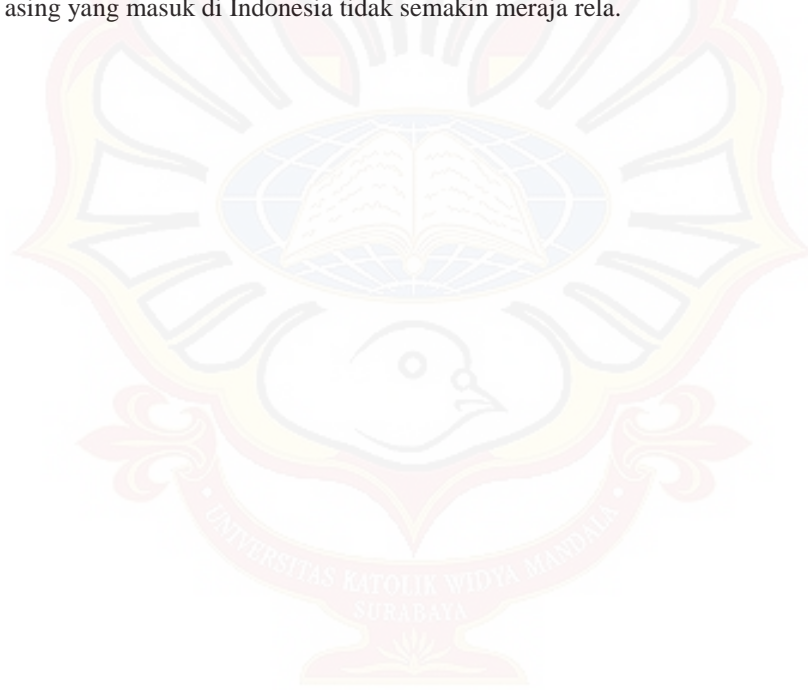
Dari berbagai macam jenis waralaba lokal dan asing yang ada di Indonesia, waralaba dari industri makanan memiliki gerai dan perusahaan terbanyak dari pada jenis industri lainnya. Hal itu dapat dilihat dari maraknya waralaba makanan (*Fast Food*) yang hadir di tengah-tengah masyarakat. Banyak jenis makanan siap saji (*Fast Food*) yang ditawarkan oleh waralaba ritel makanan lokal maupun waralaba ritel makanan asing.

4.2 Tantangan bisnis waralaba makanan lokal menghadapi waralaba makanan asing

Banyaknya jenis yang ditawarkan oleh waralaba ritel makanan asing, membuat waralaba ritel makanan lokal terasa berat untuk bertahan dan menguasai pasar di Indonesia. Untuk dapat bertahan waralaba ritel makanan lokal harus lebih melakukan pengembangan *network* dalam hal kultur dan kemitraan bisnis dalam hal investasi, dengan adanya investasi yang besar waralaba ritel makanan lokal akan mendapat daya tawar

(*bargainning position*) yang lebih kuat sehingga dapat menyaingi waralaba ritel makanan asing.

Peran pemerintah merupakan peran yang sangat penting bagi waralaba makanan lokal untuk dapat menghadapi tantangan waralaba makanan asing. Pemerintah seharusnya membuat sebuah pusat pengembangan bagi waralaba makanan lokal sebagaimana pusat pengembangan tersebut juga dibuat oleh Negara berkembang lainnya. Selain itu pemerintah juga harus memperketat aturan waralaba makanan asing untuk masuk di Indonesia, supaya perkembangan waralaba makanan asing yang masuk di Indonesia tidak semakin meraja rela.



DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Dewi., 2005, *Kajian Bisnis Franchise Makanan di Indonesia*, dalam Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Ambadar, Jackie., 2011, *Membeli dan Menjual Franchise*, Jakarta: Yayasan Bina Bakti Karsa Mandiri.
- Cheesman, Henry, R., 1995, *Business Law: The Legal Ethical and International Environment*, Prentice Hall, Inc, A. Simon & Schuster Company, New Jersey USA.
- Cheesman, Henry, R., 1995, *Business Law: The Legal, Ethical, and International Environment*, Edisi Kedua, New Jersey, Englewood Cliffs.
- Iswanto, Bambang., 2007, *Perlindungan Hukum Terhadap Franchisee Dalam Perjanjian Franchise Di Indonesia*.
- Izraeli, Dov., *Franchising and the Total Distribution System*, Longman Group Ltd., London, 1972.
- Kartono, Salim., 2007, *5 Jurus Sukses Berbisnis Ritel di Modern Market*, Jakarta, Trans Media.
- Khaerandy, Ridhwan., *Aspek-Aspek Hukum Franchise*, Majalah Unisa, Yogyakarta, 1992. Hlm.87.
- Malik, Camelia., "Implikasi Hukum Adanya Globalisasi *Franchise*", Jurnal Hukum No.1, Vol 14, Januari 2007, hlm. 97-113.
- Majalah SWA, 2007, 09/XXII, 26 April-9 Mei.
- Sjahputra, Iman., *Franchising: Konsep dan Kasus*, Harvarindo, Jakarta, 2005, hlm.9-12.
- Silalahi, M. Udin., "Perjanjian Franchise Berdasarkan Hukum Persaingan Eropa," Jurnal Hukum Bisnis, vol 6, 1999, hlm 59.

Suseno,D.Budi., *Sukses Usaha Waralaba,Cakrawala*, Yogyakarta, 2007,
hlm.22.

Sarosa,Pietra., *Kiat Praktis Membuka Usaha – Mewaralabakan Usaha
Anda*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2004, hlm.4

Raharjo, Tri., 2010, Omset Bisnis Waralaba Indonesia Mencapai Rp 114,64
Triliun, 19 Juni 2010. www.majalahfranchise.com

<http://nawaelquds.blogspot.com/2010/10/tugas-iii-kelompok.html>

<http://kata-sederhana.blogspot.com/2011/07/perkembangan-waralaba-di-indonesia.html>

<http://desaindandunia.wordpress.com/category/marketing/>

